

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

И. В. Панасенко

подпись инициалы, фамилия

« ____ » _____ 2017 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код – наименование направления

Улучшение финансовой эффективности (на примере
ООО «Комплексное снабжение предприятий»)

тема

Руководитель

_____ зав. ПФС Л. Н. Силютин
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник

_____ А. Н. Джабарова
подпись, дата инициалы, фамилия

Абакан 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1 Теоретическая часть. Теоретические аспекты финансовой эффективности деятельности предприятия.....	8
1.1 Сущность и понятие финансовой эффективности.....	8
1.2 Показатели финансовой эффективности.....	14
1.3 Факторы и пути увеличения финансовой эффективности.....	21
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Комплексное снабжение предприятий».....	26
2.1 Характеристика деятельности предприятия.....	26
2.2 Анализ актива баланса.....	28
2.3 Анализ пассива баланса.....	32
2.4 Показатели ликвидности и финансовой устойчивости предприятия.....	35
2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия.....	37
2.6 Управленческий анализ.....	39
2.7 Заключительная оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия.....	42
2.8 Вопросы экологии.....	44
3 Проектная часть. Оценка эффективности открытия интернет-магазина по реализации спецодежды.....	45
3.1 Обоснование мероприятия.....	45
3.2 Прогнозирование показателей эффективности.....	57
Заключение.....	62
Список использованных источников.....	64
Приложение А – В.....	67

ВВЕДЕНИЕ

В процессе собственного развития, а также по мере изменения экономических условий многие субъекты финансово-хозяйственной деятельности сталкиваются с необходимостью увеличения финансовой эффективности. Понятие «эффективность» в современной экономике и практической деятельности торговых организаций занимает одно из главных мест. Расчеты эффективности проводятся как для производственных, так и для торговых предприятий. Определяется также эффективность производства, инноваций и капитальных вложений, процессов коммерческой деятельности. Улучшение эффективности работы предприятия первостепенное значение для выявления резервов повышения объемов производства и реализации, уменьшения себестоимости продукции (работ, услуг), роста дохода и его конкурентоспособности.

Основной проблемой, которая будет рассмотрена в выпускной квалификационной работе является проблема увеличения финансовой эффективности деятельности торгового предприятия.

В качестве информационной базы данной работы использованы учебники, учебные пособия, периодические издания, корпоративные материалы исследуемого предприятия. Новизна темы выпускной квалификационной работы в разработке эффективных мероприятий по улучшению финансовой эффективности торгового предприятия.

Практическая значимость полученных результатов исследования теоретических аспектов эффективности и анализа финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия заключается в том, что они могут быть использованы для разработки новых систем увеличения эффективности деятельности не только на ООО «КСП», но и на других аналогичных торговых предприятиях.

Целью данной выпускной квалификационной работы является разработка мероприятий по увеличению финансовой эффективности деятельности торгового предприятия.

Для осуществления этой цели необходимо выполнить следующие задачи:

- исследовать сущность финансовой эффективности деятельности предприятия;
- рассмотреть показатели оценки финансовой эффективности на предприятии;
- дать характеристику деятельности исследуемого предприятия;
- провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «КСП»;
- разработать мероприятие по улучшению финансовой эффективности деятельности предприятия;
- провести расчет затрат на реализацию мероприятий по открытию интернет-магазина;
- дать прогноз показателей финансовой эффективности деятельности предприятия.

Объектом исследования является ООО «Комплексное снабжение предприятий» – торговое предприятие, реализующее современную спецодежду.

Предметом исследования выступают деятельность предприятия и пути улучшения ее эффективности.

Данная выпускная квалификационная работа включает в себя три части. В первой части рассмотрены теоретические аспекты эффективности деятельности и пути улучшения финансовой эффективности торгового предприятия. Вторая часть представляет собой результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности ООО «КСП»: характеристику деятельности, анализ капитала, финансового состояния и показателей эффективности. На основании выявленных особенностей функционирования предприятия в ходе анализа были разработаны мероприятия по открытию интернет-магазина, направленные на увеличение финансовой эффективности деятельности, которые подробно изложены в третьей части выпускной квалификационной работы. В заключение подведены итоги и изложены основные полученные результаты.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Сущность и понятие финансовой эффективности

Эффективность деятельности предприятия – важнейшая качественная характеристика хозяйствования на всех уровнях. Финансовая сущность производительности предприятия состоит в том, чтобы на каждую единицу издержек добиться значимого увеличения прибыли.

Финансовый эффект выражается в натуральных (тонны, килограммы, литры, штуки) и стоимостных (денежных) показателях, характеризующих промежуточные и итоговые результаты деятельности предприятия.

Финансовая эффективность зависит от финансового эффекта, а также ресурсов и затрат, которые вызвали этот эффект. Из чего следует, что финансовая эффективность – это величина относительная, получаемая в следствии сравнения результата с ресурсами и затратами[14].

Понятие «финансовая эффективность» и «финансовый эффект» относятся к числу главных категорий рыночной экономики. Эти понятия тесно связаны.

Финансовый эффект предполагает какой-либо итог, выраженный в денежной оценке. Как правило в качестве полезного итога выступают прибыль или экономия затрат (издержек) и ресурсов. Финансовый эффект – величина абсолютная, зависящая от масштабов производства и экономии издержек.

Эффективность предприятия — это экономическая категория, выражающая производительность его деятельности. Виды эффективности — социальная, экологическая, экономическая[15]. Затраты на социальные, экологические и хозяйственные нужды, на инвестиционные и инновационные проекты отражаются в финансовой отчетности организации. В ней представлены также итоговые экономические результаты, на которые оказывают влияние экологические, социальные, внутренние и внешние факторы, а также инвестиции и инновации. Таким образом, понятие финансовой эффективности предприятия пред-

ставляет собой совокупность результатов субъекта хозяйствования по всем направлениям деятельности.

Критерием финансовой эффективности деятельности предприятия за все годы существования является рост его стоимости[1].

Целью установления уровня и динамики финансовой производительности предприятия является обоснование рекомендаций по ее увеличению.

Требования к выбору системы показателей финансовой эффективности:

- экономический смысл каждого показателя должен быть понятным для восприятия и однозначным для толкования;
- по каждому показателю должна быть представлена объективная количественная информация на основании данных бухгалтерского или же статистического учета;
- количество параметров зависит от конкретной цели анализа или планирования;
- каждый показатель должен иметь числовой диапазон колебания (от минимального к максимальному значению);
- для расчета частных показателей могут применяться натуральные, трудовые, стоимостные измерители и их относительные выражения (индексы, коэффициенты, проценты);
- для расчета обобщающих показателей финансовой эффективности применяются только стоимостные измерения результатов и затрат и их относительные выражения.

Эффективность производства характеризует увеличение производительности труда, наиболее полное использование производственных мощностей, сырьевых и материальных ресурсов, достижение наибольших результатов при наименьших затратах[13].

Как правило, оценка финансовой эффективности производится путем сопоставления итогов производства с издержками.

Конечным итогом производственно-хозяйственной деятельности предприятия за определенный промежуток времени является чистая продукция, т.е.

вновь созданная стоимость, а конечным финансовым результатом коммерческой деятельности – прибыль[23].

Классификация видов эффективности производства по отдельным признакам:

1) По месту получения эффекта:

- народнохозяйственная;
- локальная (хозрасчетная).

2) По последствиям:

- социальная;
- экологическая;
- экономическая.

3) По цели определения:

- сравнительная (выбирается наиболее оптимальный вариант из нескольких);
- абсолютная (характеризует общую величину эффекта или в расчете на единицу затрат или ресурсов),

4) По степени увеличения (повторения):

- мультипликационная (многократный);
- первичная (одноразовый).

Все вместе взятые виды эффективности формируют общую интегральную эффективность деятельности предприятия.

Финансовый анализ является частью общего анализа финансовой эффективности деятельности предприятия. Его объектом являются показатели финансовой деятельности предприятия.

Финансовое состояние предприятия – это итог взаимодействия всех составляющих системы экономических отношений организации, определяется совокупностью производственно-хозяйственных факторов и характеризуется системой показателей, отражающих наличие, использование и размещение финансовых ресурсов[18].

Для достижения основной цели оценки финансового состояния предприятия могут применяться различные способы и модели анализа.

Способы комплексной финансовой оценки – это комплекс научно-методических инструментов и принципов исследования финансового состояния предприятия[11].

Существуют разные способы оценки финансового состояния. Так на практике существуют различные классификации способов финансового анализа.

Первый уровень классификации выделяет формализованные и неформализованные способы оценки[6].

Неформализованные способы анализа основаны на описании аналитических процедур на логическом уровне, а не на жестких аналитических взаимосвязях и зависимостях[5]. К неформализованным относятся:

- экспертных оценок и сценариев;
- морфологические;
- сравнительные;
- психологические;
- построения системы аналитических таблиц;
- построения системы показателей.

Эти способы характеризуются определенным субъективизмом, поскольку в них большое значение имеют интуиция, опыт и знания оценщика.

К формализованным способам финансовой оценки относятся те, в основу которых положены жестко формализованные аналитические зависимости[19]:

- цепных подстановок;
- арифметических разниц;
- балансовый;
- процентных чисел;
- дифференциальный;
- логарифмический;
- интегральный;

- дисконтирования;
- простых и сложных процентов;
- отделение изолированного влияния факторов.

Существует несколько способов финансового анализа:

1) Классические способы анализа хозяйственной деятельности и финансового анализа: цепных подстановок, арифметических разниц, балансовый, процентных чисел, дифференциальный, логарифмический, интегральный, простых и сложных процентов, дисконтирования.

2) Традиционные способы экономической статистики – средних и относительных величин: группировки, графический, индексный, элементарные методы обработки показателей в динамике.

3) Способы математической статистики изучения связей – анализы корреляционный, регрессивный, дисперсионный, дискриминантный, факторный и другие.

4) Эконометрические способы — матричные: теория межотраслевого баланса.

5) Способы экономической кибернетики и оптимального программирования – системного анализа: линейного, нелинейного, динамического программирования и другие.

В процессе комплексной финансовой оценки широко применяются и традиционные методы экономической статистики (средних и относительных величин, группировки, графический, индексный, элементарные методы обработки рядов динамики), а также математико-статистические методы (корреляционный анализ, дисперсионный анализ, факторный анализ, метод главных компонентов).

Традиционная практика оценки финансового состояния предприятия работала определенные приемы ее осуществления. По признаку предмета методы и приемы финансового анализа традиционно подразделяют на такие: анализы вертикальный, горизонтальный и относительных показателей (коэффициентов)[7].

Можно назвать шесть основных приемов оценки:

1) Горизонтальный (временной) анализ – позволяет определить тенденции изменения отдельных статей или их групп, входящих в состав бухгалтерской отчетности[10].

2) Вертикальный (структурный) анализ – определение структуры экономических показателей с оценкой влияния разных факторов на конечный результат[10]. Обязательным элементом анализа служат динамические ряды этих величин, что позволяет отслеживать и прогнозировать структурные изменения в составе хозяйственных средств и источников их покрытия. С помощью вертикального анализа сравнивают относительные показатели по предприятиям, которые существенно различают абсолютными показателями.

3) Трендовый анализ – сравнение каждой позиции отчетности с рядом предшествующих периодов и определение тренда, то есть основной тенденции динамики показателей, очищенной от влияния индивидуальных особенностей отдельных периодов (с помощью тренда осуществляется экстраполяция важнейших финансовых показателей на перспективный период, то есть перспективный анализ финансового состояния)[9].

4) Анализ относительных показателей (коэффициентов) – расчет отношений между отдельными позициями отчета или позициями разных форм отчетности, определение взаимосвязей показателей[10].

5) Сравнительный анализ – внутрихозяйственный анализ сводных показателей отчетности по отдельным показателям самого предприятия и его дочерних предприятий, а также межхозяйственный анализ показателей данной организации в сравнении с показателями конкурентов или со среднеотраслевыми и средними показателями[9].

6) Факторный анализ – определение влияния отдельных факторов на результативный показатель детерминированных (разделенных во времени) или стохастический (не имеющих определенного порядка) приемов исследования[9]. При этом факторный анализ может быть как прямым (анализ), когда результативный показатель разделяют на отдельные составляющие, так и обрат-

ным (синтез), когда его отдельные элементы соединяют в общий результативный показатель.

Использование видов, приемов и методов анализа для конкретных целей изучения оценки финансового состояния предприятия в совокупности составляет методологию и методику оценки финансовой эффективности данного предприятия.

1.2 Показатели финансовой эффективности

Конечные итоги деятельности характеризуются не только абсолютными показателями убытка или прибыли. Субъекты хозяйствования, которые заинтересованы в отдаче от вложенных ресурсов и вложенных денежных средств, анализируют отношение полученного результата к затратам (использованным ресурсам). Для этого рассчитываются показатели рентабельности и окупаемости покрытия. Рентабельность – это относительный показатель доходности, который отражает отношение полученного эффекта (дохода, прибыли) к имеющимся или использованным ресурсам[16]. Рентабельным является такое состояние деятельности, когда в течение определенного времени денежные поступления возмещают понесенные затраты, формируется и накапливается доход. Обратным состоянием считается убыточность, когда денежные поступления не возмещают понесенные затраты.

Показатели эффективности характеризуют способность вложенных затрат окупиться, это является базой дальнейшей работы предприятия. Показатели рентабельности более полно, чем прибыль, отражают итоги деятельности предприятия, они применяются как инструменты инвестиционной, ценовой политики.

Затратные показатели рентабельности характеризуют доходность понесенных расходов в процессе деятельности[4]. Для чтобы их рассчитать используются показатели прибыли от продаж, чистой прибыли, а также прибыль до налогообложения.

Рентабельность основной деятельности:

$$R_{\text{осн}} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Себестоимость продаж}} \times 100\%, \quad (1.1)$$

Рентабельность продаж можно:

$$R_{\text{пр}} = \frac{\text{Прибыль от продаж}}{\text{Выручка от продаж}} \times 100\%, \quad (1.2)$$

Рентабельность активов:

$$R_{\text{акт}} = \frac{\text{Прибыль до налогообложения}}{\text{Итого активов}} \times 100\%, \quad (1.3)$$

Рентабельность собственного капитала:

$$R_{\text{ск}} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}} \times 100\%, \quad (1.4)$$

Показатели рентабельности характеризуют эффективность использования средств, потребленных в процессе производства, а именно, сколько предприятие получает прибыли с каждой вложенного рубля, потраченного на осуществление определенного вида деятельности.

Ресурсные показатели рентабельности рассчитываются, если необходимо определить прибыльность ресурсов или капитала предприятия. Данный коэффициент характеризует доходность коммерческой деятельности и показывает, какую сумму прибыли получает предприятие с каждого рубля продаж[8]. Анализ показателей рентабельности дает возможность комплексно оценить эффективность хозяйственной деятельности организации.

Одними из важнейших финансовых результатов деятельности предприятия являются показатели оценки его ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности.

Различают два понятия ликвидности:

Ликвидность активов – это способность имущества трансформироваться в денежные средства.

Ликвидность баланса – это такое соотношение его статей, когда обязательства различной степени срочности могут быть погашенным имуществом соответствующей ликвидности.

Для оценки ликвидности баланса используют 3 коэффициента:

1) Коэффициент абсолютной ликвидности:

$$K_{a.l} = \frac{\text{Денежные средства}}{\text{Наиболее срочные обязательства} + \text{Краткосрочные обязательства}}, \quad (1.5)$$

Коэффициент быстрой (абсолютной) ликвидности показывает, какая часть текущих обязательств может быть погашена активами, имеющими абсолютную ликвидность (денежные средства). Коэффициент абсолютной ликвидности в основном должны обращать внимание банки при выдаче краткосрочных кредитов в незначительной сумме на короткий срок, которые заинтересованы в возврате кредитов и процентов по ним в денежной форме и своевременно.

2) Коэффициент абсолютной критической (промежуточной) ликвидности:

$$K_{k.l} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{Дебиторская задолженность}}{\text{Наиболее срочные обязательства} + \text{Краткосрочные обязательства}}, \quad (1.6)$$

Коэффициент промежуточной ликвидности характеризует, какая часть обязательств может быть погашена не только за счет денежных средств, но и за счет ожидаемых поступлений за отгруженную продукцию (дебиторская задолженность). Достоверность результатов расчетов зависит от качества дебитор-

ской задолженности. Значительный удельный вес сомнительной дебиторской задолженности может создать условия для угрозы финансовой устойчивости предприятия.

3) Коэффициент текущей ликвидности(коэффициент покрытия):

$$K_{т.л} = \frac{\text{Денежные средства} + \text{Дебиторская задолженность} + \text{Запасы и зараты}}{\text{Наиболее срочные обязательства} + \text{Краткосрочные обязательства}}, \quad (1.7)$$

Показывает сколько рублей оборотных активов предприятия приходится на один рубль текущих обязательств.

Для владельца предприятия недостаточная ликвидность может означать потерю контроля, уменьшение доходности и частичную или полную потерю капитала[22].

Недостаточная ликвидность у должника для кредиторов может означать задержку в уплате процентов и основной суммы долга. Текущее состояние ликвидности предприятия может повлиять на его взаимоотношения с контрагентами (потребителями и поставщиками товаров и услуг). Такие изменения могут вызвать неспособности данной организации выполнить условия контракта и привести к потере связей с поставщиками. По этой причине анализу ликвидности придается важное значение. В случае если организация не может погасить свои текущие обязательства в срок, то его дальнейшее существование деятельности ставится под сомнение.

Оценка надежности определенных коэффициентов ликвидности осуществляется в процессе изучения удельного веса оборотных активов и их отдельных видов в составе имущества предприятия[28]. От оптимального соотношения имущества оборотного и постоянного капитала в значительной степени зависит эффективность работы субъекта хозяйствования. Доля оборотных активов в активах определяется путем деления оборотных активов на валюту баланса и показывает их удельный вес в имуществе организации[31].

Величина рабочего капитала и способность предприятия платить по текущим обязательствам особенно интересует руководство предприятия и кредиторов, предоставляющих краткосрочные кредиты (поставщики, банки). Рабочий капитал – это разница между оборотными активами организации и его текущими обязательствами, является "финансовой подушкой", что теоретически дает возможность предприятию погасить все или большую часть своих текущих обязательств и продолжать работать. Размер рабочего капитала является показателем безопасности, т. е. возможности предприятия платить по текущим обязательствам.

Под финансовой устойчивостью предприятия понимают его платежеспособность во времени с соблюдением условия финансового равновесия между собственными и привлеченными средствами[26]. Финансовая устойчивость предполагает, что сумма затрат вложенных в предпринимательскую деятельность, должна окупиться за счет денежных поступлений, а полученный доход обеспечивает самофинансирование и независимость предприятия от внешних источников формирования активов[20].

Финансовая устойчивость отражает сбалансированность средств и источников их формирования, доходов и расходов, денежных и товарных потоков, оценивается на основании соотношения собственного и привлеченного капитала предприятия, темпам накопления собственных средств в результате хозяйственной деятельности, соотношению долгосрочных и текущих обязательств, достаточности обеспечения материальных оборотных средств собственными источниками.

Комплексная оценка финансовой устойчивости предприятия проводится путем расчета следующих относительных показателей:

1) Коэффициент автономии - характеризует удельный вес собственного капитала в общей сумме баланса:

$$K_{\text{авт}} = \frac{\text{Собственный капитал}}{\text{Валюта баланса}}, \quad (1.8)$$

Чем больше значение коэффициента, тем меньше зависимость предприятия от внешних источников финансирования

2) Коэффициент финансовой зависимости - обратный к коэффициенту автономии и показывает, какая сумма общей стоимости имущества приходится на 1 рубль собственных средств:

$$K_{фз} = \frac{1}{K_{авт}} = \frac{\text{Валюта баланса}}{\text{Собственный капитал}}, \quad (1.9)$$

3) Коэффициент маневренности рабочего капитала - показывает долю запасов (материальных оборотных активов) в общей сумме рабочего капитала:

$$K_{ман} = \frac{\text{Собственные оборотные средства}}{\text{Собственный капитал}}, \quad (1.10)$$

4) Коэффициент финансовой устойчивости определяется по формуле:

$$K_{фy} = \frac{\text{Собственный капитал} + \text{Долгосрочные обязательства}}{\text{Валюта баланса}}, \quad (1.11)$$

5) Коэффициент соотношения заемных и собственных средств рассчитывается по формуле:

$$K_{сзисс} = \frac{\text{Закмные средства}}{\text{Собственные средства}}, \quad (1.12)$$

Показывает сколько заемного капитала приходится на 1 рубль собственного;

6) Коэффициент концентрации заемного капитала характеризует долю заемного капитала в общей сумме капитала предприятия:

$$K_{\text{кзк}} = \frac{\text{Заемные средства}}{\text{Валюта баланса}}, \quad (1.13)$$

7) Коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств характеризует долю долгосрочных займов в общем объеме источников формирования, которые можно направить на реализацию долгосрочных программ:

$$K_{\text{дпз}} = \frac{\text{Долгосрочные пассивы}}{\text{Долгосрочные пассивы} + \text{Собственный капитал}}, \quad (1.14)$$

8) Коэффициент обеспечения собственными оборотными средствами показывает, какая часть оборотных активов обеспечивается собственными источниками финансирования:

$$K_{\text{осс}} = \frac{\text{Собственные оборотные средства}}{\text{Оборотные средства}}, \quad (1.15)$$

Результатом анализа финансовой устойчивости предприятия должен быть вывод о его способности осуществлять хозяйственную деятельность, получать прибыль в условиях экономической самостоятельности, а также вероятность сохранения такого состояния предприятия.

Деловая активность проявляется в динамичности развития предприятия, скорости оборота средств предприятия и определяется по формуле:

$$K_{\text{да}} = \frac{\text{Выручка}}{\text{Валюта баланса}}, \quad (1.16)$$

Критериями деловой активности является уровень эффективности потребления ресурсов организации, устойчивость экономического роста, степень выполнения задания по основным показателям хозяйственной деятельности[12]. Однако главным критерием эффективности работы предприятия является его прибыльность, поэтому, осуществляя хозяйственную деятельность,

предприятие должно стараться не только ускорять движение средств, но и получать максимальную отдачу от этого проекта.

Оценка деловой активности состоит в исследовании уровней и динамики показателей оборачиваемости. Так как величина годового оборота зависит от скорости оборачиваемости средств, поэтому с размерами оборота и, соответственно, с оборачиваемостью связана величина условно-постоянных расходов: чем быстрее оборот, тем меньше на каждый оборот приходится сумма этих расходов[3]. Изменение в валюте баланса характеризует деловую активность предприятия, его способность наращивать свой экономический потенциал. Оборачиваемость оборотных средств в наибольшей степени влияет на финансовые результаты хозяйствования. Положительные изменения показателей коэффициента обращения оборотных средств, среднего срока оборота оборотных средств свидетельствуют об улучшении деловой активности предприятия.

Экономическое состояние организации определяется совокупностью параметров, которые выражают наличие, целесообразность размещения и эффективность использования финансовых ресурсов, реальные и потенциальные финансовые возможности.

1.3 Факторы и пути увеличения финансовой эффективности

Уровень экономической эффективности зависит от многообразия взаимосвязанных факторов.

Все разнообразие факторов увеличения эффективности можно сгруппировать по трем признакам:

1) источникам повышения эффективности, важнейшими из которых является: уменьшение материалоемкости, трудоемкости, капиталоемкости и фондоемкости производства продукции, рациональное потребление природных ресурсов, повышение качества продукции и экономия времени;

2) главным направлениям развития и улучшения производства, к которым относятся: усовершенствование форм и способов организации производства, мотивации, планирования трудовой деятельности; усовершенствование произ-

водства, ускорение научно-технического прогресса; повышение технико-экономического уровня производства;

3) уровню реализации в системе управления производством, в зависимости от которого факторы подразделяются на:

– внутрипроизводственные, главными из которых являются: освоение новых видов продукции; механизирование и автоматизирование процессов производства; внедрение современного технологического процесса и нового оборудования; улучшение использования материалов, сырья, энергии, горючего; усовершенствование стиля управления;

– внешние: улучшение отраслевой структуры производства и промышленности, государственная социальная и экономическая политика, формирование рыночных связей и рыночной инфраструктуры.

Кроме того, нужно отметить следующий момент: прибыль – главный показатель, характеризующий экономический итог работы предприятия. Прибыль относится к показателям экономического эффекта, но не эффективности, так как значение прибыли не позволяет нам судить об отдаче затраченных средств. Тем не менее, исследование динамики валовой прибыли, темпов ее прироста, факторов, воздействующих на размер прибыли и темпы ее прироста, себестоимости, выручки представляет большую интерес[25].

На размер дохода и ее динамику воздействует много факторы. К ним относят: уровень хозяйствования, профессионализм менеджеров и руководства, конкурентоспособность производимой продукции, организация труда и производства, его производительность, состояние и эффективность финансового и производственного проектирования[30].

По каждому из данных элементов выделяют группы интенсивных и экстенсивных факторов.

К интенсивным факторам относятся, отражающие эффективность потребления ресурсов или содействующих этому (к таким примерам можно отнести: повышение квалификации сотрудников, производительности оборудования, введение современных технологий).

К экстенсивным факторам относятся, которые отображают величину производственных ресурсов (например, стоимости основных фондов, изменение количества работников), использование их по времени (изменение длительности рабочей смены, коэффициента сменности оборудования), а кроме этого нерациональное использование ресурсов (расходы сырья и материалов на брак, потери из-за отходов).

Приведенные факторы влияют на прибыль не прямо, а при помощи объема реализуемой продукции и себестоимости.

Себестоимость - сумма издержек организации на производство и реализацию продукции, то есть стоимость природных ресурсов, сырья, основных и вспомогательных материалов, энергии, топлива, основных производственных фондов, трудовых ресурсов и прочих расходов по эксплуатации[21].

К показателям снижения себестоимости относят:

- показатели, связанные с увеличением технического уровня производства (введение новых технологий, усовершенствование оборудования, изменение конструкции и технических параметров и свойств изделий);
- показатели, связанные с усовершенствованием регулирования и организации труда (усовершенствование организации, управления и обслуживания процесса производства, сокращение издержек управления, сокращение убытков от брака, улучшение организации труда).

Одними из главных задач анализа себестоимости продукции являются:

- установление динамики основных показателей себестоимости;
- определение издержек на один рубль товарной продукции;
- выявление резервов уменьшения себестоимости.

Одним из самых важных факторов, воздействующих на размер дохода от реализации продукции, является изменение в объемах производства и реализации продукции[29]. Снижение объема производства при сегодняшних экономических обстоятельствах, не считая ряда таких противодействующих факторов, как, например, увеличение цен, неминуемо влечет к сокращению объема дохода. Отсюда следует вывод о необходимости принятия необходимых мероприя-

тий по обеспечению роста объема производства продукции на основе технического обновления и увеличение эффективности производства.

Зависимость размера прибыли от объема реализации при прочих равных условиях прямо пропорциональная[17]. Ввиду этого важную роль в рыночных условиях приобретает показатель изменения остатков нереализованной продукции: чем он выше — тем ниже доход получит предприятие. Количество нереализованной продукции зависит от многих причин, обусловленных текущей рыночной конъюнктурой, коммерческой и производственной работой организации, условиями реализации продукции. Во-первых, вместимость данного рынка всегда имеет максимальную величину, и, как следствие, имеется риск товарного перенасыщения. Во-вторых, предприятие может произвести и больше, чем реализовать, из-за малоэффективной сбытовой политики. К тому же, в нереализованных остатках готовой продукции может увеличиться удельный вес более рентабельных изделий, из-за чего общий рост этих остатков в денежном выражении повлечет будущую упущенную прибыль. В целях повышения дохода предприятие должно принять соответствующие мероприятия по сокращению объема остатков нереализованной продукции денежном и натуральном выражении.

Размер выручки от реализации продукции и прибыли зависит не только от количества и качества произведенной и реализованной продукции, но и уровня применяемых цен[27].

Свободные цены устанавливаются самими предприятиями в зависимости от конкурентоспособности имеющейся продукции, спроса, и предложения аналогичной продукции другими производителями (за исключениями предприятий-монополистов, уровень цен на продукцию которых регулируется государством). Поэтому уровень свободных цен на продукцию в определенной степени является фактором, зависящим от предприятия.

Для принятия многих управленческих решений важно знать не только факторы, влияющие на величину и структуру себестоимости, но и причины, определяющие изменение рентабельности. Рентабельность продукции напря-

мую зависит от объема реализации, то есть себестоимости продукции и выручки[24]. Для роста рентабельности должно выполняться одного из перечисленных условий:

- рост выручки при неизменяемой или снижающейся себестоимости;
- понижение себестоимости при стабильном объеме выручки;
- больший темп роста выручки в сравнение с темпом роста размера себестоимости.

Таким образом, для улучшения эффективности работы предприятия первостепенное значение обладает выявление резервов повышения объемов производства и реализации, уменьшение себестоимости продукции (работ, услуг), роста дохода. К факторам, необходимым для установления направлений поиска резервов повышения прибыли относятся:

- природные условия, государственное регулирование тарифов, цен;
- изменение объема предметов и средств труда, финансовых ресурсов (внутрипроизводственные экстенсивные факторы);
- повышение производительности оборудования и его качества, ускорение оборачиваемости оборотных средств.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «КОМПЛЕКСНОЕ СНАБЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ»

2.1 Характеристика деятельности предприятия

Объектом исследования является Общество с ограниченной ответственностью «Комплексное Снабжение Предприятий». Сокращенное наименование организации: ООО «КСП».

Юридический адрес: Россия, 660079, г. Красноярск, ул. Свердловская, д. 3, стр.4. Фактически организация осуществляет деятельность в республике Хакасия и находится по адресу: 655015, Республика Хакасия, г. Абакан, ул. Флотская, д.13Д.

Производственно-торговую деятельность ООО «КСП» осуществляет на договорной основе, при этом предприятие свободно в выборе предмета договора, определении обязательств, любых других условий хозяйствования, если это не противоречит действующему законодательству РФ.

Основные виды деятельности:

- 1) Оптовая и розничная торговля одеждой, включая нательное белье, и обувью.
- 2) Оптовая и розничная торговля, включая торговлю через агентов, кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами.

ООО «КСП» занимается поставками спецодежды, средств индивидуальной защиты, рабочей обуви, рукавиц, инструмента, моющих средств, изделий канатно-веревочной группы на предприятия Красноярского края, республик Хакасии и Тыва.

Организация осуществляет деятельность на основании Устава, руководителем является генеральный директор. В своей деятельности руководствуется Федеральным Законом РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью» и действующим законодательством РФ. Организационная структура организации представлена на рисунке 2.1. Генеральный директор осуществляет общее руководство коммерческой деятельностью организации, а так же организует взаи-

модействие всех его структурных подразделений. Для этого к нему стекаются все информационные потоки.



Рисунок 2.1 – Организационная структура

Организационная структура, представленная на рисунке 2.1, является линейно – функциональной. Все структурные подразделения подчиняются непосредственно генеральному директору, который является единоличным исполнительно-распорядительным органом. Генеральный директор представляет вовне интересы организации и действует от ее имени без доверенности в силу закона.

С октября 2008 года организация вошла в Группу Компаний «Региональные Поставщики Спецдежды», тем самым получив более выгодные цены и условия от ведущих поставщиков России и СНГ на спецдежду, рабочую обувь, средства индивидуальной защиты. На основании этого организация может предложить одни из самых выгодных цен на рынке спецдежды. Организация работает не только со склада, но и выполняет индивидуальные комплексные заказы предприятий.

2.2 Анализ актива капитала

Капитал представляет собой средства, которыми располагает предприятие с целью осуществления основной деятельности для получения максимальной прибыли. Анализ предприятия выполняется по данным бухгалтерской отчетности за 2014–2015 гг.: «Бухгалтерский баланс» (приложение А) и «Отчет о финансовых результатах» (приложение Б).

Оценку масштабов финансового состояния предприятия можно произвести на основании валюты баланса, для этого выполним агрегированный аналитический баланс, результаты представим в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Агрегированный аналитический баланс, 2015 год

Актив	Сумма, тыс. руб.	%	Пассив	Сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные активы	-	-	Собственный капитал	3 616,0	13,9
Оборотные активы	25 978,0	100,0	Заемный капитал	22 362,0	86,1
Баланс	25 978,0	100,0	Баланс	25 978,0	100,0

По данным агрегированного аналитического баланса, представленного в таблице 2.1, можно сделать вывод о том, что предприятие является финансово неустойчивым, так как доля заемного капитала выше собственного и составляет 86,1 %.. Это говорит о том, что предприятие, возможно, не может рассчитаться по долгам. Предприятие имеет средние финансовые размеры, это можно увидеть по размеру капитала, вовлеченного в основную деятельность, который составляет 25 978,0 тыс. руб.

Для оценки масштабов деятельности предприятия применяется такой показатель, как коэффициент деловой активности, который можно рассчитать, применив формулу 2.1:

$$K_o^{общ} = \frac{Bp}{B}, \quad (2.1)$$

где Bp – выручка от продаж;

B – валюта баланса.

Рассчитаем коэффициент деловой активности для исследуемого предприятия за 2014-2015 гг.:

$$K_o^{2014} = \frac{35502}{28097} = 1,3$$

$$K_o^{2015} = \frac{47074}{25978} = 1,8$$

Деловая активность предприятия в 2015 году повысилась по сравнению с 2014 годом и составила 1,8. Данный показатель показывает, что на 1 рубль вовлеченных средств приходится 1,8 рубля выручки. Выручка от продаж в 2015 году составила 47 074,0 тыс. рублей, а валюта баланса 25 978 тыс. рублей, то есть выручка от продаж больше 0,5 валюты баланса ($47\,074,0 > 12\,989,0$), что говорит о высокой деловой активности капитала предприятия.

В 2014 и 2015 годах предприятие работало с положительным финансовым результатом, что говорит об его эффективной деятельности. Кредиторская задолженность превышает дебиторскую задолженность в 2,5 раза. Это отрицательно характеризует финансовую деятельность предприятия. По внешним ис-

точникам деятельность предприятия можно признать эффективной и устойчивой.

Цель выполнения анализа капитала – определение средств, из каких сформирован капитал предприятия, который делится на активный и пассивный. Активный капитал оказывает самое непосредственное влияние на экономическое, техническое и финансовое состояние предприятия.

Рассмотрим показатели структуры и динамики активов ООО «КСП» в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Структура и динамика активов

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	сумма, тыс. руб.	%	сумма, тыс. руб.	%	сумма, тыс. руб.	%
Всего активов, в том числе:	28 097,0	100,0	25 978,0	100,0	-2 119,0	-7,5
оборотные активы, из них:	28 097,0	100,0	25 978,0	100,0	-2 119,0	-7,5
материальные	20 986,0	74,7	20 708,0	79,7	-278,0	-1,3
финансовые	7 111,0	25,3	5 270,0	20,3	-1 841,0	-25,9

Актив баланса, который представлен в таблице 2.2, позволяет дать общую оценку имущества, находящегося в распоряжении предприятия, а также выделить в составе имущества оборотные и внеоборотные средства. В 2015 году в активах было размещено капитала на сумму 25 978,0 тыс. руб. Анализируя изменения показателей в динамике за год, можно отметить, что общая сумма имущества предприятия уменьшилась на 7,5 %. Уменьшение произошло за счет оборотного капитала. Внеоборотные активы в общей структуре имущества отсутствуют.

Оборотные активы занимают наибольший удельный вес в общей валюте баланса предприятия – 100,0 %. Это наиболее мобильная часть капитала, от рационального использования которых зависят результаты основной деятельности и финансовое состояние предприятия. Основная цель анализа – своевре-

менное выявление и устранение недостатков управления оборотным капиталом и нахождение резервов повышения эффективности его использования.

Структура и динамика оборотных активов предприятия представлена в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Показатели структуры и динамики оборотных активов

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	сумма, тыс. руб.	%	сумма, тыс. руб.	%	сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы, всего, в том числе:	28 097,0	100,0	25 978,0	100,0	-2 119,0	-7,5
Запасы	20 986,0	74,7	20 708,0	79,7	-278,0	-1,3
Дебиторская задолженность	5 104,0	18,2	5 030,0	19,4	-74,0	-1,4
Денежные средства	2 007,0	7,1	240,0	0,9	-1 767,0	-88,0

Структура оборотных активов, представленных в таблице 2.3, нестандартна: 79,7 % представлена в материальной форме, 20,3 % – финансовой. Значительная доля мобильных средств размещена в запасах, что свойственно для торгового предприятия.

Эффективность использования оборотных активов характеризуется их оборачиваемостью. Расчет общих показателей оборачиваемости оборотных средств отражены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Расчет показателей оборачиваемости оборотных средств

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения
Выручка от продаж, тыс. руб.	35 502,0	47 074,0	11 572,0
Средние остатки оборотных средств, тыс. руб.	28 097,0	25 978,0	-2 119,0
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,3	1,8	0,5
Длительность одного оборота, дней	285,0	199,0	-86,0

По данным таблицы 2.4 можно сделать вывод о том, что коэффициент оборачиваемости составляет 1,8 и характеризует размер объема выручки от реализации продукции в расчете на 1 рубль. За 2015 год произошло уменьше-

ние текущих активов в размере 2 119,0 тыс. руб. Выручка от продаж увеличилась на 11 572,0 тыс. руб.

За 2015 год активы обернулись почти 2 раза (1,8), проявив значительную оборачиваемость текущих активов. Длительность прохождения средств по фазам кругооборота в 2015 году составила 199 день. В сравнении с 2014 годом оборачиваемость капитала ускорилась на 86 дней, что свидетельствует о повышении эффективности использования оборотного капитала.

Дебиторская задолженность – это часть оборотного капитала, которая находится во временном пользовании партнеров и подлежит возврату в виде денежных средств или продукции. Ее состояние оказывает интенсивное влияние на финансовое положение предприятия. Анализ дебиторской задолженности представим в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Анализ дебиторской задолженности

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонение	
	сумма, тыс. руб.	сумма, тыс. руб.	сумма, тыс. руб.	%
Дебиторская задолженность	5 104,0	5 030,0	-74,0	-1,4

Анализ структуры дебиторской задолженности, представленный в таблице 2.5, позволяет сделать вывод о том, что доля дебиторской задолженности в 2015 году снизилась на 1,4 %, или 74,0 тыс. руб.

2.3 Анализ пассива капитала

Анализ и управление пассивами преследуют две основных задачи: повысить их надежность, а также уменьшить их совокупную цену. Показатели структуры и динамики пассивов представлены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Структура и динамика пассивов

Показатели	2014 г.		2015 г.		Отклонения	
	сумма, тыс. руб.	%	сумма, тыс. руб.	%	сумма, тыс. руб.	%
Всего источников, в том числе	28 097,0	100,0	25 978,0	100,0	-2 119,0	-7,5
собственных	3 341,0	11,9	3 616,0	13,9	275,0	8,2
заемных, из них:	24 756,0	88,1	22 362,0	86,1	-2 394,0	-9,7
краткосрочных	24 756,0	100,0	22 362,0	100,0	-2 394,0	-9,7

Данные таблицы 2.6 свидетельствует, что в 2015 году предприятие изыскало источников финансирования на сумму 25 978,0 тыс. руб., что на 7,5 % меньше чем в 2014 году. Отрицательно характеризуют финансовую устойчивость предприятия значительное преобладание заемных источников финансирования над собственными. Долгосрочные пассивы в структуре источников отсутствуют, что благоприятно сказывается на финансовой устойчивости предприятия.

Финансовое состояние предприятий, его устойчивость во многом зависят от оптимальности структуры источников капитала и от оптимальности структуры активов предприятия.

Рассчитаем показатели обеспеченности материальных активов источниками финансирования и представим их в таблице 2.7

Таблица 2.7 – Показатели обеспеченности материальных активов источниками финансирования

Показатели	2014 г.	2015 г.
	сумма, тыс. руб.	сумма, тыс. руб.
1	2	3
Собственный капитал	3 341,0	3 616,0
Внеоборотные активы	-	-
Собственные оборотные средства	3 341,0	3 616,0
Долгосрочные пассивы	-	-
Собственные и долгосрочные источники	3 341,0	3 616,0
Краткосрочные кредиты и займы	4 477,0	4 074,0
Общая величина основных источников	7 818,0	7 690,0
Общая величина запасов и затрат	20 986,0	20 708,0
Излишек (+) или недостаток (-) СОС	-17 645,0	-17 092,0

Окончание таблицы 2.7

1	2	3
Излишек (+) или недостаток (-) собственных и долгосрочных источников	-17 645,0	-17 092,0
Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников	-13 168,0	-13 018,0

По данным таблицы 2.7 можно сказать, что запасы и затраты не обеспечены собственными источниками финансирования: 20 708,0 тыс. руб. > 3 616,0 тыс. руб. Проведем коэффициентный анализ финансовой устойчивости, представим в таблице 2.8.

Таблица 2.8 - Анализ коэффициентов финансовой устойчивости

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонение	Нормативное значение
Коэффициент автономии	0,1	0,1	0,0	$\geq 0,5$
Коэффициент обеспеченности запасов	0,2	0,2	0,0	$\geq 0,6$
Коэффициент обеспеченности оборотных средств	0,1	0,1	0,0	$\geq 0,1$
Коэффициент маневренности	1,0	1,0	0,0	$\geq 0,3$

По показателям, представленным в таблице 2.8, можно сделать следующие выводы: коэффициент автономии, как в 2014, так и в 2015 году значительно ниже нормативного значения, что отрицательно характеризует устойчивость предприятия. Коэффициент также означает, что предприятие все свои обязательства не может покрыть собственными средствами, а следовательно финансовое состояние находится в зависимости от заемных источников.

Коэффициент обеспеченности запасов в 2015 году составляет 0,2, что меньше нормативного значения, предприятие не может покрыть собственным капиталом заемные средства. Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными источниками равен нормативному значению 0,1. У предприятия нет возможности на проведение независимой политики. Коэффициент маневренности показывает, что предприятие может использовать собственный капитал для финансирования текущей деятельности.

2.4 Показатели ликвидности и финансовой устойчивости предприятия

Анализ финансового состояния является важнейшим условием платежеспособности организации. Финансовое состояние характеризуется совокупностью показателей отражающих процесс формирования и использования финансовых ресурсов.

Финансовое состояние предприятия характеризуется следующими показателями:

- показатель финансовой устойчивости;
- показатель ликвидности;
- показатель платежеспособности.

В таблице 2.9 приведена группировка статей баланса для анализа ликвидности организации. По этим данным оценивается ликвидность организации, которая признается абсолютной, если соблюдаются пропорции: $Анл > Пнс$; $Абр > Пкс$; $Амр > Пдс$; $Атр < Ппост$. Составим пропорции для анализируемой организации в 2015 году:

240,0 тыс. руб. < 18 288,0 тыс. руб.

5 030,0 тыс. руб. > 4 074,0 тыс. руб.

20 708,0 тыс. руб. > 0,0 тыс. руб.

0,0 тыс. руб. < 3 616,0 тыс. руб.

Таблица 2.9 – Группировка статей баланса для анализа ликвидности

Актив	2014 г.	2015 г.	Пассив	2014 г.	2015 г.
	сумма, тыс. руб.	сумма, тыс. руб.		сумма, тыс. руб.	сумма, тыс. руб.
1	2	3	4	5	6
Наиболее ликвидные активы, Анл	2 007,0	240,0	Наиболее срочные обязательства, Пнс	20 279,0	18 288,0
Быстро реализуемые активы, Абр	5 104,0	5 030,0	Краткосрочные обязательства, Пкс	4 477,0	4 074,0

Окончание таблицы 2.9

1	2	3	4	5	6
Медленно реализуемые активы, Амр	20 986,0	20 708,0	Долгосрочные обязательства, Пдс	-	-
Трудно реализуемые активы, Атр	-	-	Постоянные пассивы, Ппост	3 341,0	3 616,0
Баланс	28 097,0	25 978,0	Баланс	28 097,0	25 978,0

В организации за 2015 год не выполняется лишь одно неравенство. При этом баланс можно признать ликвидным, так как неабсолютная ликвидность баланса не является поводом для отрицательных оценок. Проведем анализ по коэффициентам ликвидности, который представим в таблице 2.10.

Таблица 2.10 – Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2014 г.	2015 г.	Нормативные значения	
			отечественные нормативы	зарубежные нормативы
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,1	0,01	$\geq 0,1$	$\geq 0,2$
Коэффициент критической ликвидности	0,3	0,2	$\geq 0,7-0,8$	$\geq 1,5$
Коэффициент текущей ликвидности	1,1	1,2	$\geq 1,2-1,5$	$\geq 2,0$

Из данных таблицы 2.10 можно сделать следующий вывод: коэффициент абсолютной ликвидности за 2015 год не удовлетворяет нормативным значениям и показывает, что лишь 1,0 % текущих долгов могло быть погашено за счет собственных денежных средств. Срочные обязательства организации обеспечены ликвидными активами лишь на 20,0 % при отечественных нормативах в 70-80,0 %. Коэффициент текущей ликвидности, равный 1,2 соответствует предельным нормативным ограничениям, и стоит отметить, что он незначительно увеличился по сравнению с 2014 годом. Вызывает настороженность и крайняя нестабильность ликвидности в динамике: в 2014 году коэффициенты показывали значительно лучшую готовность организации к оплате долгов, более полно со-

ответствуя нормативным ожиданиям, исключая коэффициент критической ликвидности.

2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия

Финансовые результаты деятельности организации характеризуются величиной полученной прибыли и уровнем рентабельности. Рассмотрим подробно показатели финансовых результатов в таблице 2.11.

Таблица 2.11 – Анализ финансовых результатов

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения	
			сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	35 502,0	47 074,0	11 572,0	32,6
Себестоимость продаж	34 467,0	34 656,0	189,0	0,5
Валовая прибыль	1 035,0	12 418,0	11 383,0	1 099,8
Коммерческие расходы	-	11 280,0	11 280,0	100,0
Прибыль от продаж	1 035,0	1 138,0	103,0	10,0
Проценты к уплате	807,0	689,0	-118,0	-14,6
Прочие расходы	126,0	107,0	-19,0	-15,1
Прибыль до налогообложения	102,0	342,0	240,0	235,3
Текущий налог на прибыль	54,0	78,0	24,0	44,4
Чистая прибыль	48,0	264,0	216,0	450,0

Данные, полученные на основе отчета о финансовых результатах и представленные в таблице 2.11, свидетельствуют о полной окупаемости затрат основной деятельности организации за 2015 год. Прибыль от продаж составила 1 138,0 тыс. руб., что на 10,0 % выше прибыли, полученной за 2014 год. Выручка от продаж возросла по сравнению с 2014 годом на 32,6 % и составила 47 074,0 тыс.руб. На фоне незначительного роста себестоимости на 0,5 % наблюдается увеличение чистой прибыли на 216,0 тыс. руб.

Деловая активность организации в финансовом аспекте проявляется, прежде всего, в скорости оборота ее средств. В таблице 2.12 представлен расчет показателей деловой активности организации.

Таблица 2.12 – Показатели деловой активности

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения, %
Коэффициент деловой активности	1,3	1,8	0,5
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	1,3	1,8	0,5
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	10,6	13,0	2,4
Коэффициент оборачиваемости заемных средств	1,4	2,1	0,7

По данным таблицы 2.12 видно, что организация повышает свою деловую активность, о чем свидетельствует увеличение всех коэффициентов деловой активности. Это обусловлено ростом выручки от продаж на 32,6 %. Коэффициент оборачиваемости оборотных активов характеризует отдачу в виде выручки от всех видов деятельности, полученную на каждый рубль, вложенный в рабочие активы, и в 2015 году составил 1,8. В целом за 2015 год использование капитала организацией можно оценить, как хорошее.

Рентабельность – это один из основных показателей эффективности работы организации. Эта величина характеризует уровень окупаемости затрат и степень использования материальных, трудовых и денежных средств в процессе производства и реализации продукции.

Экономическая сущность рентабельности может быть раскрыта только через характеристику системы показателей. И поскольку это относительные показатели – они практически не подвержены влиянию инфляции. Анализ показателей рентабельности организации представлен в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Показатели рентабельности

Наименование показателя	2014 г.	2015 г.	Отклонения, %
Рентабельность продаж	2,9	2,4	-0,5
Рентабельность основной деятельности	3,0	3,3	0,3
Рентабельность активов	0,4	1,3	0,9
Рентабельность собственного капитала	1,4	7,3	5,9

По данным таблицы 2.13 видно, что рентабельность продаж в 2015 году уменьшилась на 0,5 %. То есть на один рубль реализованных товаров приходилось 2,4 руб. прибыли, тогда как в 2014 году – 2,9 руб. Это говорит о незначительном снижении эффективности коммерческой деятельности организации.

Рентабельность основной деятельности за период с 2014 г. по 2015 г. увеличилась на 0,3 % и составила 3,3 %. Данное увеличение говорит о более эффективном использовании имущества организации.

Рентабельность активов увеличилась на 0,9 %. Это говорит об эффективном использовании имущества организации, так как на каждый рубль средств, вовлеченных в коммерческую деятельность организации, была получена прибыль.

Также увеличился показатель рентабельности собственного капитала более чем в 4 раза, что свидетельствует о высокой инвестиционной привлекательности предприятия.

2.6 Управленческий анализ

Управленческий анализ представляет собой систему учета, планирования, контроля, анализа доходов, расходов и результатов хозяйственной деятельности в необходимых аналитических разрезах, оперативного принятия различных управленческих решений в целях оптимизации финансовых результатов деятельности предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Анализ реализации продукции имеет существенное значение. Цель – это поиск наиболее эффективных путей увеличения объема реализации продукции, улучшения ее качества, расширение рынков сбыта. В данном случае учитывая доступную информацию можно рассмотреть динамику объемов реализуемой продукции, с учетом сложившегося ассортимента. Данные об объемах реализации представлены в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Объем реализации продукции

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения	
			сумма, тыс. руб.	%
Спецодежда для рабочих специальностей. Летняя.	10 793,1	18 622,2	7 829,1	72,5
Спецодежда для рабочих специальностей. Зимняя.	11 944,3	14 002,8	2 058,5	17,2
Защитная одежда	5 366,5	5 890,2	523,7	9,8
Одежда для работников сферы услуг	1 563,4	1 901,1	337,7	21,6
Одежда и снаряжение частного назначения (Охота, рыбалка, туризм)	2 048,8	2 144,5	95,7	4,7
Головные уборы	302,8	385,5	82,7	27,3
Перчатки и рукавицы	98,7	99,3	0,6	0,6
Спецобувь	200,8	400,0	199,2	99,2
Средства индивидуальной защиты	2 338,9	2 988,8	649,9	27,8
Хозяйственный инвентарь	844,7	639,6	-205,1	-24,3
Всего	35 502,0	47 074,0	11 572,0	32,6

По данным таблицы 2.14 можно сделать вывод, что за 2015 год объемы реализации продукции возросли. Следует заметить, что структура продаваемой продукции изменилась. Это означает, что спрос на различные виды продукции также изменился.

При проведении управленческого анализа используют данные о среднесписочной численности работающих в организации. Организация ежегодно рассчитывает среднесписочную численность персонала, учитывая мероприятия развития и возможности снижения списочной численности персонала. В таблице 2.15 представлено количество работающих на предприятии за 2014-2015 гг.

Таблица 2.15 – Количество работающих в организации, человек

Наименование должности	2014 г.		2015 г.	
	чел.	доля, %	чел.	доля, %
Генеральный директор	1	9,1	1	10,0
Финансовый директор	1	9,1	1	10,0
Главный бухгалтер	1	9,1	1	10,0
Менеджер по продажам	3	27,3	3	30,0
Заведующий складом	1	9,1	1	10,0
Оператор 1С	2	18,2	1	10,0
Товаровед	1	9,1	1	10,0
Грузчик	1	9,1	1	10,0
Всего	11	100,0	10	100,0

Из таблицы 2.15 видно, что численность персонал в 2015 году сократилась на 1 человека, что на 9,1 % меньше, чем в 2014 году. Всего в организации на 2015 год работало 10 человек. Численность работников отдельных организаций постоянно изменяется во времени. Эти изменения происходят вследствие приема на работу и увольнения с работы. Анализ использования трудовых ресурсов во многом зависит от интенсивности труда. Главным измерителем является производительность труда. Для ее измерения в торговых организациях используется такое понятие, как выработка труда, которая измеряется средней суммой товарооборота, приходящейся на одного среднесписочного работника в единицу времени. Выработка (В) рассчитывается по формуле 2.2.

$$B = \frac{T}{\text{ч}}, \quad (2.2)$$

где: Т - объем товарооборота, тыс. руб.;

Ч – численность работников, человек.

Для ООО «КСП» выработка в 2014 и 2015 годах составит:

$$B^{2014} = \frac{35\,502,0}{11} = 3\,227,5 \text{ тыс. руб./чел.}$$

$$B^{2015} = \frac{47\,074,0}{10} = 4\,707,4 \text{ тыс. руб./чел.}$$

В 2015 году произошел рост выработки на 1 479,9 тыс. руб. на 1 работника, соответственно, возросла производительность труда, рост которой обуславливает снижение издержек и получение прибыли, необходимой для развития организации. Также рост производительности является основой повышения ре-

альной заработной платы и доходов сотрудников. Заработная плата является основным источником стимулирования и дохода сотрудников в организации. Поэтому ее размеры регулируются государством и руководителями предприятий и организаций.

Представим в таблице 2.16 показатели средней заработной платы в ООО «КСП» и сравним данный показателем с уровнем заработной платы в Республике Хакасия и Российской Федерации.

Таблица 2.16 – Динамика средней заработной платы

Показатели	2014 г.	2015 г.	Отклонения	
			сумма, тыс. руб.	%
Среднемесячная заработная плата в стране	30,0	33,3	3,3	11,0
Среднемесячная заработная плата в регионе	25,1	29,8	4,7	18,7
Среднемесячная заработная плата в ООО «КСП»	27,4	29,2	1,8	6,6

По данным таблицы 2.16 видно, что в 2015 году произошло увеличение среднемесячной заработной платы на всех уровнях: в стране средняя заработная плата возросла на 11,0 %, в республике Хакасия – на 18,7 %, в организации – на 6,6 %. Средняя заработная плата в организации ниже уровня средней заработной платы по России и республике. Поэтому для эффективной деятельности руководство организации должно осуществлять соответствующие действия, побуждающие работников к заинтересованности в своем труде.

2.7 Заключительная оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия

На основе проделанного анализа финансово-хозяйственной деятельности организации, можно сделать следующие выводы:

ООО «КСП» является коммерческой организацией, целью создания и деятельности которой является удовлетворение потребностей клиентов в спе-

циальной одежде и обуви, а также средствах защиты, а главное – получение прибыли в интересах организации.

По данным 2014–2015 гг. организацию следует отнести к категории средних, так как валюта ее баланса превысила 4 000,0 тыс. руб. и составила 25 978 тыс. руб. Анализ размещенного капитала показал, что в 2015 г. организация разместила 100,0 % привлеченных в коммерческую деятельность средств в оборотные активы, что говорит о мобильности капитала. Но при этом следует отметить, что используемое имущество и оборудование находятся в аренде.

Значительную долю оборотных активов составляют запасы – 79,7 %, что свойственно для торговой организации. Выручка в 2015 году составила в денежном выражении 47 074 тыс. руб., при этом произошло ее увеличение на 32,6 %. Данный факт свидетельствует о улучшении эффективности деятельности организации.

В результате проведенного анализа выяснилось, что организация вела свою деятельность эффективно, прибыль от продаж составила в денежном выражении 1 138 тыс. руб. в 2015 г., что на 10,0 % выше, чем в 2014 г.

Показатели рентабельности характеризуют организацию как рентабельную: по показателю рентабельности продаж организация на каждый рубль выручки от реализации получила прибыль. ООО «КСП» в 2015 году работало в большей степени за счет заемного капитала (86,1 %) в условиях высокого риска, реализуя при этом эффективную деятельность. При данных показателях повышается инвестиционная привлекательность организации. Таким образом, по результатам деятельности организации можно сделать вывод, что в период с 2014 по 2015 гг. деятельность организации была эффективной.

Общий анализ внешней и внутренней среды организации показал, что продукция ООО «КСП» пользуется спросом у потребителей, что способствует росту объемов товарооборота и, как следствие, увеличению прибыли. В качестве мероприятий, улучшающих эффективность деятельности, на фоне высокой заинтересованности клиентов в приобретении спецодежды в исследуемой организации, в следующем пункте выпускной квалификационной работы можно

предложить открыть интернет-магазин спецодежды. Это активизирует инвестиционную деятельность организации и позволит выйти на рынок Сибирского Федерального округа, а при эффективном менеджменте и на отечественный рынок.

2.8 Вопросы экологии

Экологическое состояние территории России в настоящее время можно определить, как критическое. Интенсивно загрязняется окружающая среда. Поэтому проблема охраны окружающей среды приобретает в настоящее время особую остроту. Необдуманное, неправильное вмешательство в природу, нерациональное использование природных ресурсов, ведет к нежелательным, а часто к необратимым процессам в окружающей среде.

Правовую основу охраны окружающей среды в стране и обеспечение необходимых условий труда составляет закон РФ «О санитарно – эпидемиологическом благополучии населения», важнейшим законодательным актом, направленным на обеспечение экологической безопасности, является закон РФ «Об охране окружающей среды», «Об отходах производства и потребления» и др. Охрана природы – это одна из важнейших задач, стоящих перед обществом.

Все требования природоохранного законодательства в организации выполняются. Транспортировка и утилизация отходов ведется в установленном порядке. Отходы размещаются на специально отведенной площадке на территории, и не превышают предельно допустимого объема в соответствии с санитарными нормами. Территория организации содержится в чистоте, регулярно проводится уборка. Вместе с тем можно отметить ряд недостатков: территория предприятия не озеленяется, не производится посадка деревьев, цветущих растений; в хозяйстве нет плана по улучшению охраны окружающей среды. Руководству организации необходимо разработать план мероприятий по улучшению охраны окружающей среды и изыскать источники финансирования природоохранных мероприятий.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ОТКРЫТИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА ПО РЕАЛИЗАЦИИ СПЕЦОДЕЖДЫ

3.1 Обоснование мероприятия

Для улучшения финансовой эффективности ООО «КСП» можно предложить открытие нового подразделения – интернет-магазина по реализации спецодежды для рабочих, одежды для сферы услуг и защитной одежды для рабочих специальностей. Специальная одежда – это средства индивидуальной защиты (костюмы, комбинезоны, халаты, нательное белье, фартуки и другое), рабочее предназначение которых заключается в защите от вредных, а также опасных факторов для здоровья работника на рабочем месте. В отличие от праздничной и повседневной такая одежда должна соответствовать необходимым характеристиками: удобство, гигиеничность, антистатичность, влагостойкость, дезинфекция, защита от механических повреждений и другое. Цели проекта по открытию интернет-магазина представлены на рисунке 3.1.

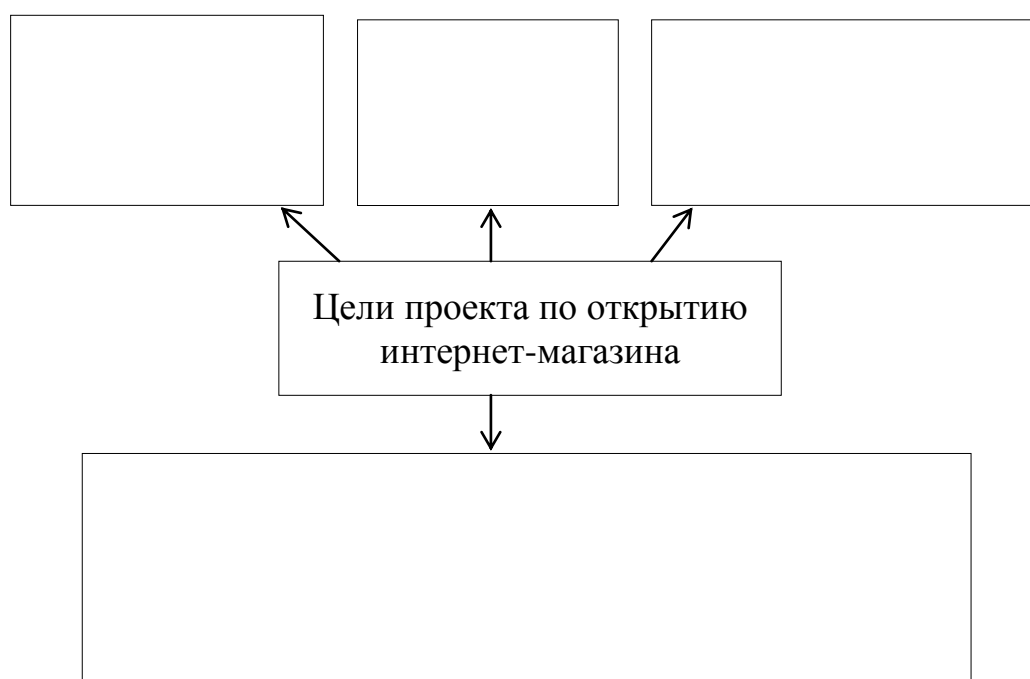


Рисунок 3.1 – Цели проекта

Ряд преимуществ интернет-магазина перед обычным отражен на рисунке 3.2.



Рисунок 3.2 – Преимущества интернет-магазина перед обычным магазином

При открытии интернет-магазина возникают определенные риски, основным из которых является высокий уровень конкуренции на рынке спецодежды. Остальные риски при создании интернет-магазина невелики и легко устраняются:

- высокая вероятность поручения заказа по созданию сайта интернет-магазина неквалифицированной компании;
- неправильное позиционирование магазина: важно при открытии интернет-магазина оценить конкурентную среду и разработать такую политику магазина, которая позволит зарекомендовать себя на рынке спецодежды;

– технические неполадки с сайтом: важно уделять внимание резервному копированию информации на сайте, что поможет восстановить данные в случае их утраты;

– неполадки с платежами: важно быть готовым, что переводы на счет интернет-магазина может задерживаться, поэтому необходимо выстроить правильную систему учета;

– необходимо обязательно оценить возможности выбранных поставщиков товаров и проанализировать качество их товара.

Основные этапы реализации проекта со сроком выполнения по открытию интернет-магазина представлены на рисунке 3.3. Первый этап – заключение инвестиционного договора, предусматривает подачу заявления в кредитную организацию для получения заемных средств. Собственные средства у организации имеются в недостаточном объеме, поэтому для открытия интернет-магазина денежные средства планируется взять в кредит.

Второй этап предусматривает получение заемных средств, который также займет определенный промежуток времени.

Третий этап – разработка сайта интернет-магазина.

Четвертый этап – проведение маркетинговой кампании и начало работы.

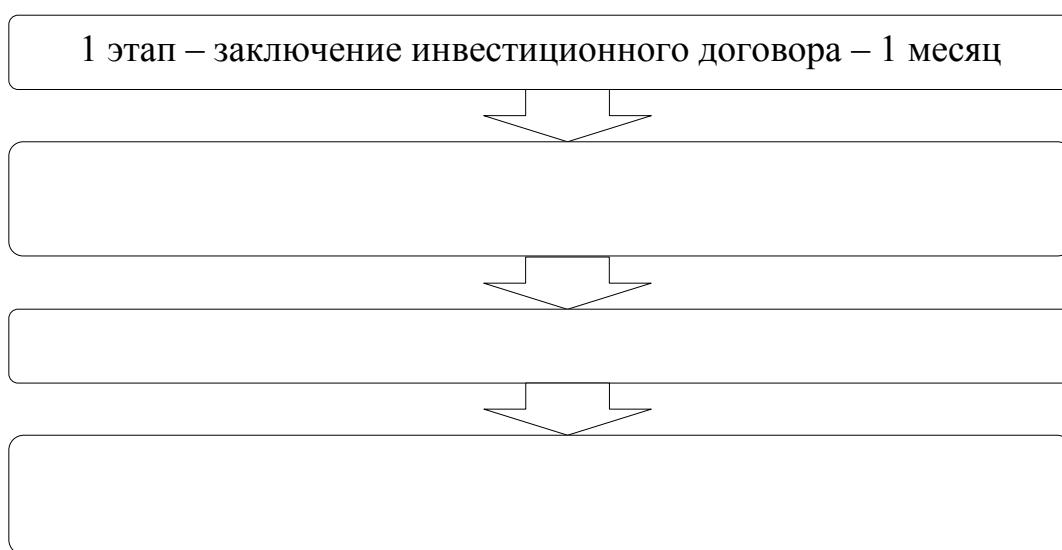


Рисунок 3.3 – Основные этапы реализации проекта со сроком выполнения по открытию интернет-магазина

Как видно из рисунка 3.3, процесс открытия интернет-магазина от идеи до запуска займет 5 месяцев. Большой объем времени займет разработка сайта – 40,0 %, как самый трудоемкий этап процесса. Заключение инвестиционного договора предусматривает подачу заявления на получение кредитного займа в размере 1 050,0 тыс. руб. в Сбербанке на условиях кредита «Для бизнеса» под 21,5 % на срок 5 лет.

Ежемесячный платеж рассчитаем по формуле 3.1.

$$Y = \frac{D \cdot \frac{i}{m}}{1 - \frac{1}{\left(1 + \frac{i}{m}\right)^{n \cdot m}}}, \quad (3.1)$$

где: Y – сумма ежемесячного платежа;

D – сумма кредита (основной долг);

i – процентная ставка;

m – число начислений процентов в течение года;

n – срок погашения в годах.

$$Y = \frac{1\,050\,000 \cdot \frac{0,215}{12}}{1 - \frac{1}{\left(1 + \frac{0,215}{12}\right)^{5 \cdot 12}}} = 28\,702,2 \text{ руб.}$$

Такой платеж за 5 лет совершится 60 раз, следовательно, за 5 лет будет выплачено:

$$28\,702,2 \cdot 60 = 1\,722\,129,0 \text{ руб.}$$

Переплата по кредиту в размере 1 050,0 тыс. руб. под 21,5 % за 5 лет составит:

$$1\,722\,129,0 \text{ руб.} - 1\,050\,000,0 = 672\,129,0 \text{ руб.}$$

В основном денежные средства пойдут на заполнение товаром интернет-магазина и разработку сайта. Интернет-магазин будет заниматься продажей товаров тех же наименований, какие есть в наличии в ООО «КСП» на сегодняшний день. Предполагается, что интернет-магазин будет обладать мультибрендовым форматом, то есть не привязанным к какому-либо поставщику или торговой марке. В интернет-магазине будет представлена спецодежда отечественных производителей, которые зарекомендовали себя на рынке благодаря высокому качеству и доступным ценам.

Открытие интернет-магазина – это возможность расширения бизнеса без больших затрат, а также улучшение финансовой эффективности деятельности ООО «КСП». Покупка спецодежды через такой магазин это возможность клиента сэкономить, так как цены на товары в интернет-магазине ниже в связи с отсутствием издержек на оборудование магазина, аренду помещения, упразднение посредников, а также мало затратно для предприятия.

Прогноз номенклатуры товаров и издержки на закупку товаров для интернет-магазина представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Прогноз номенклатуры товаров и издержки на закупку спецодежды

Наименование товара	Количество, шт.	Затраты, тыс. руб.
Спецодежда для рабочих специальностей. Летняя	500,0	324,8
Спецодежда для рабочих специальностей. Зимняя	420,0	169,1
Защитная одежда	260,0	127,3
Одежда для работников сферы услуг	160,0	86,6
Одежда и снаряжение частного назначения (Охота, рыбалка, туризм)	120,0	48,9
Головные уборы	145,0	14,7
Перчатки и рукавицы	300,0	9,4
Спецобувь	55,0	11,2
Средства индивидуальной защиты	300,0	15,8
Хозяйственный инвентарь	50,0	3,4
Всего	-	811,2

Потенциальным потребителем спецодежды интернет-магазина может быть любой пользователь сети Интернет, кто желает сэкономить время на покупку, либо приобрести тот товар, который имеет нестандартный размер. С каждым днем в интернете становится все больше платежеспособных пользователей сети. Это:

- руководители и работники строительных предприятий;
- промышленные организации;
- силовые структуры;
- охранные предприятия;
- медицинская служба;
- любители рыбалки, охоты и активного отдыха на природе.

Главный акцент в интернет-магазине будет сделан на спецодежде для рабочих специальностей. Будет разработан легкий доступ к любой группе товаров, можно будет отсортировать товары по различным признакам: размер, цена, категория товаров. Важно, что в интернет-магазине круглогодично будет представлена одежда всех сезонов. Что является еще одним преимуществом перед обычным магазином, в котором размещена лишь сезонная одежда из-за отсутствия больших торговых площадей.

В рамках выпускной квалификационной работы проведено исследование рынка специальной одежды в городе Абакане. Для этого изучены данные интернет-сервиса «2 ГИС» - специальной программы, которая позволяет в короткие сроки найти любые коммерческие организации и определить их местонахождение, результатом стал вывод о том, что в городе насчитывается 17 организаций, которые занимаются продажей или пошивом спецодежды. Каждая из этих организаций имеет широкий ассортиментный ряд. Структура рынка спецодежды г. Абакана представлена на рисунке 3.4.



Рисунок 3.4 – Структура рынка спецодежды г. Абакана

Из рисунка 3.4 видно, что большую долю на рынке специальной одежды г. Абакана занимает спецодежда для рабочих специальностей летнего и зимнего сезонов по 19,8 и 18,5 % соответственно. Наименьшую – спецобувь – 4,0 %.

Учитывая ритм современных людей и удобство покупки в интернете, изучив статистику продаж в интернете, можно оценить среднюю стоимость одной покупки через интернет. Результаты представим на рисунке 3.5.

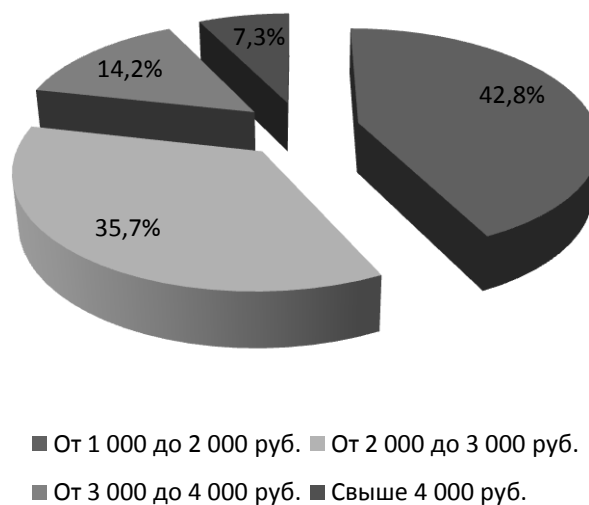


Рисунок 3.5 – Средняя стоимость покупки в интернете

Многие производители спецодежды и руководители торговых организаций стараются учитывать предпочтения покупателей и изменения, постоянно происходящие на рынке, с целью сохранения объемов продаж. Темп роста рынка спецодежды в натуральном выражении в 2016 году по отношению к 2015 году отражен на рисунке 3.6.

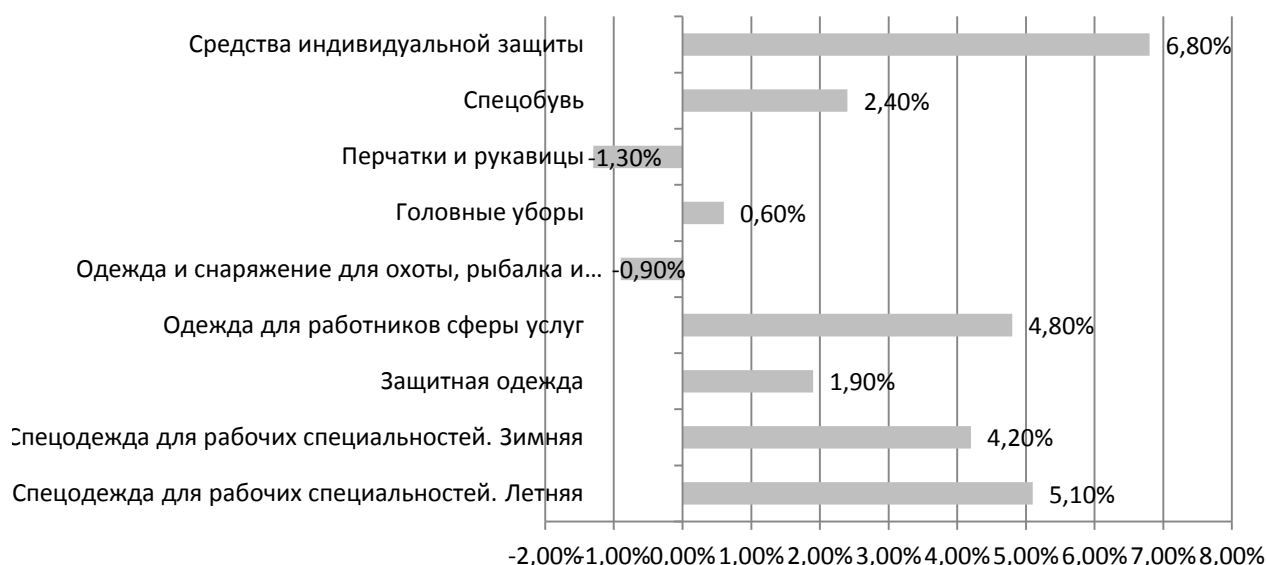


Рисунок 3.6 – Темп роста рынка спецодежды в натуральном выражении, %

По данным рисунка 3.6 видно, что в 2016 году выросли объемы продаж всех категорий спецодежды, кроме перчаток и рукавиц, а также одежды и снаряжения для охоты, рыбалки и туризма, которые сократились на 1,3 % и 0,9 % соответственно.

В целом рынок спецодежды г. Абакана отличается большим количеством предложений и значительным ассортиментом по различным ценам. Интернет-магазин с целью охвата большой доли рынка спецодежды будет работать в среднем ценовом диапазоне. Основной принцип позиционирования на рынке – хороший качественный товар по доступной цене.

В настоящее время клиент готов платить за качественную специальную одежду, которая прослужит длительный срок времени. Темп роста рынка спецодежды в денежном выражении по средней цене представлен на рисунке 3.7.

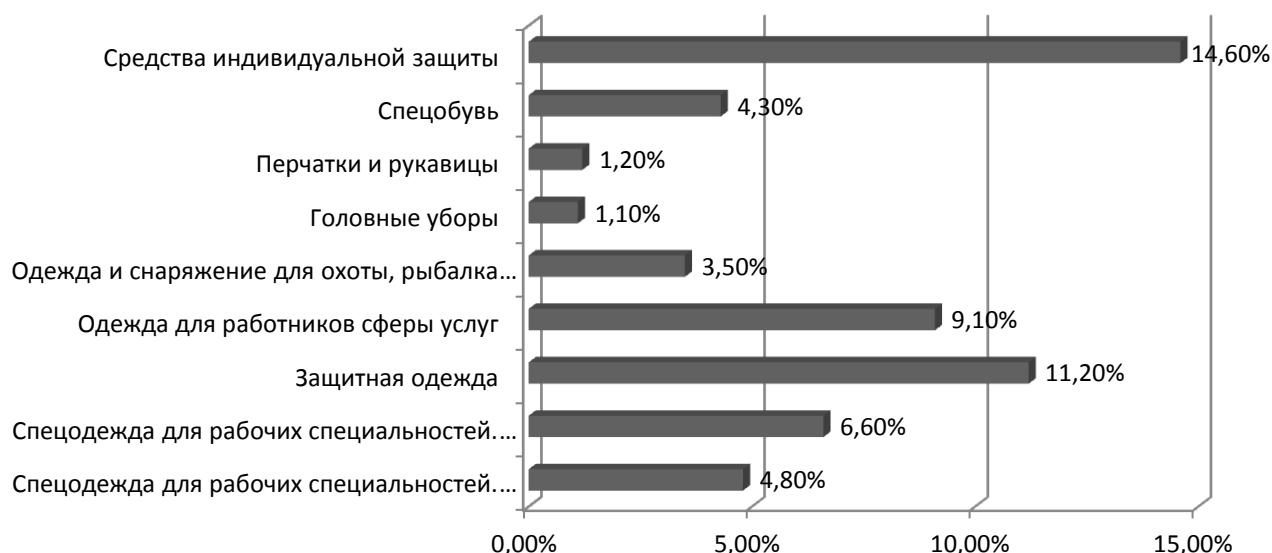


Рисунок 3.7 – Темп роста цен на спецодежду по категориям, %

Можно отметить несколько основных причин роста цен на спецодежду различных категорий. В связи с ужесточением наказаний за нарушение техники безопасности на рабочих местах и ежегодно растущим числом предприятий, работники которых нуждаются в спецодежде, сформировался большой спрос на спецодежду и средства индивидуальной защиты. В связи с увеличением спроса на данную продукцию произошел и рост цен.

В связи с увеличением спроса на спецодежду и было принято решение об открытии интернет-магазина. Но при этом требуется разработка сайта, который будет иметь привлекательный дизайн и удобный для покупателей формат. При этом немаловажно создать и продвигать сайт с электронным каталогом продукции по всем категориям спецодежды и возможностью оформления заказа через интернет и по телефону. Каталог необходимо снабдить удобной навигацией по разделам, а также дать подробное описание товаров, и обеспечить каждый товар качественным изображением.

Качественная разработка сайта интернет-магазина обойдется организации ООО «КСП» в сумму 180,5 тыс. рублей. В таблице 3.2 представлены затраты на разработку и наполнение сайта интернет-магазина. Для разработки сайта ин-

тернет-магазина будет привлечена организация г. Абакана Веб-толк, располагающаяся по адресу: ул. Советская, 150, офис 6.

Таблица 3.2 – Прогноз затрат на разработку сайта интернет-магазина

Наименование работ	Сумма затрат, тыс. руб.	Структура затрат, %
Дизайн сайта	17,8	9,9
Проектирование	24,4	13,5
Программирование	8,4	4,7
Копирайтинг	11,9	6,6
Заполнение каталога товарами с фото и характеристиками	39,6	21,9
Продвижение сайта в интернете	78,4	43,4
Итого	180,5	100,0

Формирование положительного мнения у потенциальных клиентов об интернет-магазине подталкивает разработчиков проводить ряд следующих мероприятий: размещение на сайте заманчивых рекламных баннеров; создание удобной и понятной формы покупок; публикация различных контактов для обратной связи: стационарный и сотовый телефоны, электронная почта.

Макет начальной версии сайта интернет-магазина представлен на рисунке 3.8.



Рисунок 3.8 – Начальная версия сайта интернет-магазина

Важной статьёй расходов являются затраты на приобретение оргтехники, оборудование рабочего места менеджера по заказам которые представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Прогноз затрат на приобретение оргтехники и мебели

Наименование работ	Сумма затрат, тыс. руб.	Структура затрат, %
Приобретение компьютера	37,4	64,2
Покупка принтера	9,2	15,8
Мебель: стол и офисное кресло	11,7	20,1
Итого	58,3	100,0

Амортизация на представленный в таблице 3.3 компьютер будет начислена, так как его стоимость превышает 20,0 тыс. рублей. Срок полезного использования составляет 2 года, так как компьютер относится ко 2 амортизационной группе. Соответственно, амортизационные отчисления в год составят 18,7 тыс. руб.

Кроме единовременных затрат ежемесячно необходимо совершать оффлайн-платежи, затраты на которые представлены в таблице 3.4. Интернет-провайдером выбран поставщик интернета в г. Абакане – Орион телеком, оператором мобильной связи выбрана компания Билайн. С данными поставщиками услуг будут заключены договоры на обслуживание.

Таблица 3.4 – Затраты на оффлайн-платежи в год

Наименование работ	Сумма затрат, тыс. руб.	Структура затрат, %
Услуги Интернет-провайдера	7,2	41,4
Оплата мобильной связи	10,2	58,6
Итого	17,4	100,0

На разрабатываемом сайте интернет-магазина будет разработана удобная для покупателей система оплаты заказов, так называемые платежные системы:

- Qiwi;
- Сбербанк.Онлайн;
- Счета мобильных операторов.

На этапе развития руководство интернет-магазина не рассматривает вариант оплаты покупки спецодежды, как оплата при получении товара у курьера. Для организации службы доставки необходимо нанять курьера, а это дополнительные затраты на ГСМ для заправки автомобиля и заработную плату курьера. Но данный способ доставки будет разработан и внедрен в будущем.

Для иногородних покупателей будет предусмотрена доставка Почтой России. Этот способ удобен и привлекателен для клиента тем, что он может по почтовому идентификатору отследить путь посылки с покупкой.

Рекламная компания будет проведена в интернете на бесплатных сайтах, таких как Avito, Tiu.ru. В стратегической перспективе можно развернуть большую рекламную кампанию.

На начальном этапе открытия интернет-магазина большой штат постоянного персонала не требуется, планируется принять на работу администратора сайта. Затраты на заработную плату и начисления на выплаты по оплате труда представлены на рисунке 3.5.

Таблица 3.5 – Затраты на оплату труда сотрудника интернет-магазина в год

Наименование работ	Заработная плата, тыс. руб.	Начисления на выплаты по оплате труда, тыс. руб.	Итого
Администратор сайта	324,0	97,8	421,8

Для формирования заказа после получения заявки на первых порах будет заниматься работающий в ООО «КСП» заведующий складом, но в будущем при расширении объемов продаж на работу будет дополнительно принят кладовщик. В обязанности менеджера по продажам, который в настоящее время работает в магазине, будет входить работа по просмотру заказов, полученных в течение суток в интернет-магазине, ежедневно с 8:00 до 17:00.

Капитальные затраты на открытие интернет-магазина составят 1 050,0 тыс. рублей. Сведем рассчитанные затраты в единую таблицу 3.6.

Таблица 3.6 – Себестоимость продаж в 1 прогнозный год открытия интернет-магазина

Наименование товара	Затраты, тыс. руб.
Издержки на закупку товаров	811,2
Затраты на оплату труда сотрудников	324,0
Начисления на выплаты по оплате труда	97,8
Амортизация	18,7
Прочие расходы (оффлайн-платежи, разработка сайта, выплаты по кредиту, мебель)	563,2
Всего	1 814,9

Из данных таблицы 3.6 видно, что совокупность затрат в первый прогнозный год открытия интернет-магазина составляет 1 814,9 тыс. рублей. Учитывая затраты на открытие магазина, необходимо составить прогнозный план продаж и рассчитать эффективность от открытия интернет-магазина для исследуемой организации.

3.2 Прогнозирование показателей эффективности

Учитывая все вышеприведенные факторы можно с уверенностью утверждать, что интернет-магазин будет пользоваться успехом у покупателей, что принесет организации дополнительную прибыль, а в итоге улучшит финансовую эффективность деятельности. После закупки товаров у поставщиков (ООО «СССР» г. Новосибирск, ООО «Полином» г. Новосибирск, ООО «Форвард» г. Саратов, ООО «Бриз» г. Москва, ООО «Д.Н.К.- Спецшвей» г. Москва) предприятие, используя торговые наценки, получает конечную цену для реализации товара. В своей коммерческой деятельности предприятие использует систему торговых наценок от 100 до 300 % в зависимости от размера закупаемой партии и поставщика. В связи с тем, что при реализации через интернет-магазин будет отсутствовать ряд затрат, то при расчете выручки от реализации товаров можно применить торговую наценку на все категории товаров в размере 250,0 %, которая позволит покупателю приобретать товар по более низкой цене. Результаты расчета стоимости товаров интернет-магазина представлены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Стоимость товаров интернет-магазина в 1 прогнозный год работы

Наименование товара	Количество, шт.	Стоимость товаров, тыс. руб.
Спецодежда для рабочих специальностей. Летняя	500,0	812,0
Спецодежда для рабочих специальностей. Зимняя	420,0	442,8
Защитная одежда	260,0	318,3
Одежда для работников сферы услуг	160,0	216,5
Одежда и снаряжение частного назначения (Охота, рыбалка, туризм)	120,0	122,3
Головные уборы	145,0	36,8
Перчатки и рукавицы	300,0	23,5
Спецобувь	55,0	28,0
Средства индивидуальной защиты	300,0	39,5
Хозяйственный инвентарь	50,0	8,5
Всего	-	2048,2

Кроме основного дохода от реализации спецодежды по категориям через интернет, на сайте магазина планируется размещать рекламу магазинов, организаций, которые выпускают или реализуют товары, сопутствующие тематики открываемого магазина. Это в основном магазины товаров для активного отдыха, туризма, рыбалки и охоты.

Стоимость контекстной рекламы определить сложно, но анализ информации в интернете показал, что среднее предприятие в республике может тратить на контекстную рекламу в среднем 10,0 тыс. руб. Сайт магазина позволит разместить рекламу 4 магазинов и агентств. Дополнительный доход в год от контекстной рекламы представлен в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Прогнозный доход от контекстной рекламы в 1 год реализации проекта

Наименование магазина-партнера	Доход от контекстной рекламы, тыс. руб.
Магазин «Охотник»	96,0
Агентство «1001 тур»	132,0
Агентство «Азимут»	68,2
Магазин «Дон»	94,8
Всего	391,0

Открытие интернет-магазина и размещение рекламы магазинов-партнеров на сайте магазина отразится на финансово-хозяйственной деятельности всей организации. Используя возможности собственного интернет-магазина, принято решение на сайте разместить рекламу магазина ООО «КСП», поэтому за счет рекламы в интернете возрастут объемы реализации товаров в самом магазине. Прогноз параметров эффективности первого года открытия интернет-магазина в сравнении с базовым годом (2015 год): сопоставим финансовые результаты до и после открытия интернет-магазина и сведем в таблицу 3.9.

Таблица 3.9 – Прогноз показателей финансовых результатов

Показатели	2015 год	1 год открытия магазина	Отклонение	
	сумма, тыс. руб.	сумма, тыс. руб.	сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	47 074,0	49513,2	2439,2	5,2
Себестоимость продаж	34 656,0	36 470,9	1 814,9	5,2
Валовая прибыль	12 418,0	13042,3	624,3	5,0
Коммерческие расходы	11 280,0	11 280,0	-	-
Прибыль от продаж	1 138,0	1762,3	624,3	54,9
Проценты к уплате	689,0	689,0	-	-
Прочие расходы	107,0	107,0	-	-
Прибыль до налогообложения	342,0	966,3	624,3	182,5
Текущий налог на прибыль	78,0	193,3	115,3	147,8
Чистая прибыль	264,0	773,0	509,0	192,8

Из таблицы 3.9 видно, что открытие интернет-магазина улучшит показатели эффективности исследуемой организации. В 1 год работы интернет-магазина по реализации спецодежды и размещения рекламы магазинов-партнеров будет получена чистая прибыль в размере 773 тыс. рублей, что почти в 3 раза больше, чем в 2015 году.

Эффективность проекта открытия интернет-магазина может быть оценена на основании относительных показателей эффективности, основным из которых являются рентабельность основной деятельности и рентабельность продаж. Результаты расчета представим в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Сравнительная характеристика показателей рентабельности

Наименование показателей рентабельности	2015 г.	1 год реализации проекта	Отклонение
Рентабельность продаж	2,4	3,6	1,2
Рентабельность основной деятельности	3,3	4,8	1,5
Рентабельность активов	1,3	3,7	2,4

По данным таблицы 3.10 видно, что рентабельность продаж в 1 год реализации проекта увеличится на 1,2 %, рентабельность основной деятельности – на 1,5 %. Темп роста показателей рентабельности представлен на рисунке 3.9.

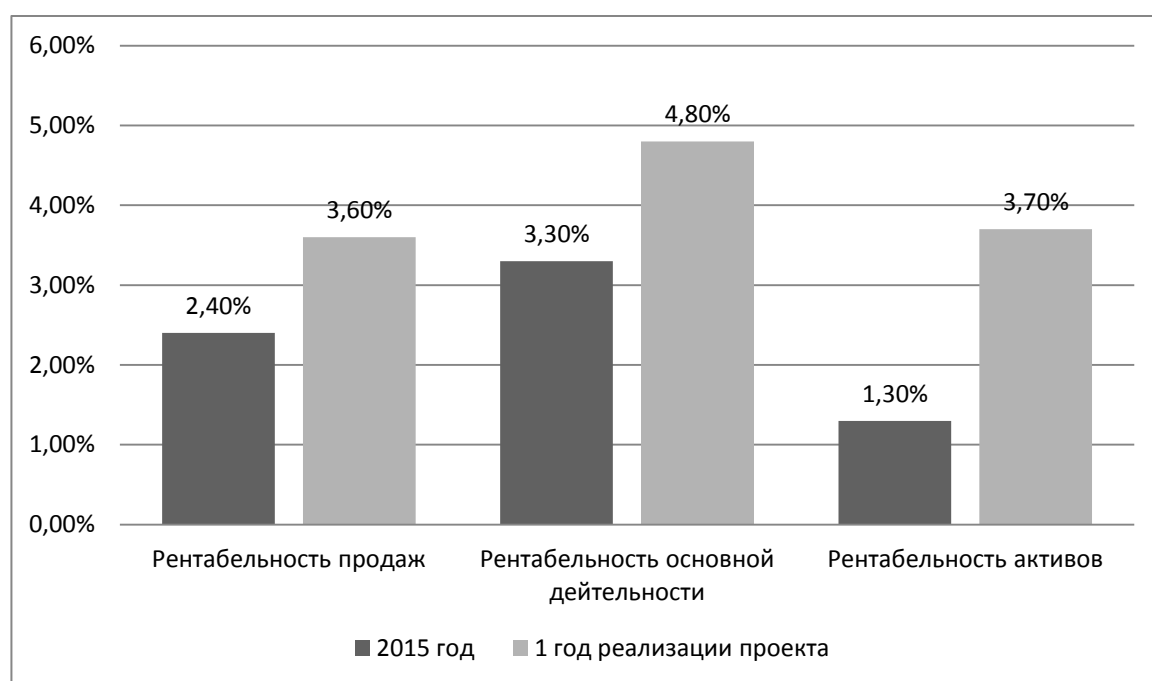


Рисунок 3.9 – Динамика показателей рентабельности, %

Из рисунка 3.9 видно, что показатели рентабельности в 1 год реализации проекта имеют положительные тенденции, что положительно характеризует проект, представленный для реализации в выпускной квалификационной работе.

Важным показателем, рассчитываемым при разработке проекта открытия интернет-магазина, является срок окупаемости, рассчитываемый по формуле 3.2.

$$P = \frac{\text{Капитальные затраты}}{\text{Дополнительный доход}} \quad (3.2)$$

Дополнительный доход составит в 1 прогнозный год составит 509,0 тыс. руб. Уровень капитальных затрат – 1 050,0 тыс. руб.

Исходя из этого, срок окупаемости составляет 2 года и 1 месяц:

$$P = \frac{1\,050,0}{509,0} = 2,06 \text{ года}$$

К положительным факторам открытия интернет-магазина можно отнести отсутствие влияния местонахождения магазина на объемы продаж, поскольку известность магазина будет зависеть от продвижения в интернете и широты проведенной маркетинговой кампании, также важно учитывать, что приобретение спецодежды совершается клиентами целенаправленно и такая одежда востребована в любое время года. В целом можно сделать выводы о том, что цель выпускной квалификационной работы достигнута, задачи – решены. А грамотно разработанная маркетинговая кампания в будущем позволит ООО «КСП» развиваться, расширяя сферы и масштабы своей деятельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения данной выпускной квалификационной работы проведена большая работа по изучению теоретических основ эффективности деятельности предприятия и проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «КСП», а также предложены к реализации мероприятия по открытию интернет-магазина. В заключение сделаем основные выводы по проведенной работе.

На практике проблемы улучшение финансовой эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия являются довольно разработанными и изученными, но для исследуемого торгового предприятия более глубокое исследование данных проблем является актуальным, так как торговля имеет свои особенности хозяйствования.

Эффективность охватывает все сферы практической деятельности предприятия и является основой принятия управленческих решений, используется для формирования материальной базы для ведения эффективной хозяйственной деятельности. Это сложная категория экономической науки.

Проанализировав финансово-хозяйственное состояние ООО «КСП» можно сделать вывод, что в целом финансовое состояние предприятия является малоблагоприятным. Одним, из важнейших факторов, обуславливающих такое состояние, является низко прибыльная деятельность торговой организации.

Проведенный анализ капитала показал, что в 2015 г. организация разместила все привлеченные в основную деятельность средства в оборотные активы, что говорит о высокой мобильности капитала. Значительную долю оборотных активов составляют запасы – 79,7 %, что является нормальным для торговой организации.

Выручка в 2015 году увеличилась на 32,6 % и составила 47 074 тыс. руб., что положительно характеризует деятельность организации. В результате про-

веденного анализа выяснилось, что организация вела свою деятельность более эффективно, чем в 2014 г.

Данный факт подтверждают показатели рентабельности, которые характеризуют организацию как рентабельную: организация на каждый рубль выручки получила прибыль 2,4 рубля. Но при этом ООО «КСП» в 2015 году работало на 86,1 % за счет заемного капитала в условиях высокого риска, реализуя при этом свою эффективную деятельность. Таким образом, можно сделать вывод, что в анализируемый период деятельность организации была эффективной.

Спецодежда, реализуемая ООО «КСП» пользуется спросом у потребителей, что способствует росту объемов товарооборота и, как следствие, увеличению чистой прибыли. В качестве мероприятий, улучшающих финансовую эффективность деятельности, в проектной части выпускной квалификационной работы предложено открыть интернет-магазин спецодежды, что активизирует инвестиционную деятельность организации и позволит выйти на рынок Сибирского Федерального округа.

Основными результатами реализации мероприятий по открытию интернет-магазина являются увеличившиеся финансовые показатели. Так в 1 прогнозный год открытия интернет-магазина чистая прибыль составит 509,0 тыс. руб., что почти в 2 раз выше, чем в 2015 году. Рост показателей рентабельности также положительно характеризует предложенные мероприятия. Рентабельность продаж возросла на 1,2 %, рентабельность основной деятельности – на 1,5 %. Открытие интернет-магазина позволит расширить сферу деятельности ООО «КСП», привлечет не только потенциальных потребителей, но и предприятия-партнеров для размещения контекстной рекламы. В целом можно сделать выводы о том, что цель выпускной квалификационной работы достигнута, поставленные задачи – решены.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М. Магомедов. - М. : Дашков и К, 2016. - 292 с.
2. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник для бакалавров / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. - М. : Дашков и К, 2014. - 240 с.
3. Барышникова, Н.А. Экономика организации: Учебное пособие для СПО / Н.А. Барышникова, Т.А. Матеуш, М.Г. Миронов. – Люберцы : Юрайт, 2016. - 191 с.
4. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М. : Дашков и К, 2013. - 372 с.
5. Бочаров В.В. Финансовый анализ. Краткий курс: 1-е изд. / В.В. Бочаров. - Питер, 2013. - 240 с.
6. Бусов, В.И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебник для бакалавров / В. И. Бусов, О. А. Землянский, А. П. Поляков. - М. : Юрайт, 2013. - 430 с.
7. Васильева, Л.С. Финансовый анализ: учебник / Л.С. Васильева. – М. : КНОРУС, 2013. - 544с.
8. Веретенникова, И.И. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие для бакалавров / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова; Под ред. И.В. Сергеев. - М. : Юрайт, 2013. - 671 с.
9. Гиляровская, Л.Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческого предприятия / Л.Т. Гиляровская, А.А Вехорева. – СПб : Питер, 2013. – 256 с.
10. Ефимова, О. В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: учебник; рекомендовано УМО по образованию в области финансов, учета и мировой экономики / О. В. Ефимова . - 2-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2010. - 350 с.

11. Жиялков, Д.И. Финансово-экономический анализ (предприятие, банк, страховая компания) / Д.И. Жиялков, В.Г. Зарецкая. - М. : КноРус, 2012. - 368 с.
12. Иванов, Г.Г. Экономика организации (торговля): Учебник / Г.Г. Иванов. - М. : ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2012. - 352 с.
13. Касьяненко, Т.Г. Оценка стоимости бизнеса: учебник для бакалавров; рекомендовано ГОУ ВПО "Государственный институт управления" / Т. Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова. - М. : Юрайт, 2014. - 411 с.
14. Когденко, В.Г. Экономический анализ: учеб. пособие / В. Г. Когденко. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 392 с.
15. Кнышова, Е.Н. Экономика организации: Учебник / Е.Н. Кнышова, Е.Е. Панфилова. - М. : ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 336 с.
16. Коробкин, А.З. Экономика организации отрасли: Учебное пособие / А.З. Коробкин. – Минск : Изд-во Гревцова, 2013. - 288 с.
17. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / В.В. Коршунов. - М. : Юрайт, 2013. - 433 с.
18. Лопарева, А.М. Экономика организации (предприятия): Учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. - М. : Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 400 с.
19. Макарьева, В.И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации для бухгалтера и руководителя / В.И. Макарьева // Налоговый вестник. - 2013. - №2 - с. 4
20. Мокий, М.С. Экономика организации: Учебник и практикум. / М.С. Мокий. – Люберцы : Юрайт, 2016. - 334 с.
21. Осипова, И.В. Экономика организации (предприятия) (для бакалавров) / И.В. Осипова, Е.Б. Герасимова. - М. : КноРус, 2013. - 280 с.
22. Пошерстник, Н.В. Экономика организации / Н.В. Пошерстник. – М. : КноРус, 2013. - 320 с.
23. Растова, Ю.И. Экономика организации (предприятия): Учебное пособие / Ю.И. Растова, С.А. Фирсова. - М. : КноРус, 2013. - 280 с.

24. Сапожникова, Н.Г. Экономика организации (предприятия) (СПО) Учебник для ССУЗов / Н.Г. Сапожникова, Я.Н. Куница. - М. : КноРус, 2013. - 408 с.
25. Сафронов, Н.А. Экономика организации (предприятия): Учебник для ср. спец. учебных заведений / Н.А. Сафронов. - М. : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 256 с.
26. Сергеев, И.В. Экономика организации (предприятия): Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. – Люберцы : Юрайт, 2015. - 511 с.
27. Третьяк, Л.А. Экономика сельскохозяйственной организации: Учебное пособие / Л.А. Третьяк, Н.С. Белкина. - М. : Дашков и К, 2015. - 396 с.
28. Чайников, В.В. Экономика предприятия (организации): Учебное пособие / В.В. Чайников, Д.Г. Лапин. – М. : ЮНИТИ, 2015. - 439 с.
29. Чалдаева, Л.А. Экономика организации: Учебник и практикум для СПО / Л.А. Чалдаева. – Люберцы : Юрайт, 2016. - 435 с.
30. Чечевицына, Л.Н. Экономика организации: Учебное пособие / Л.Н. Чечевицына, Е.В. Чечевицына.. - Рн/Д : Феникс, 2013. - 382 с.
31. Шаркова, А.В. Экономика организации: Практикум для бакалавров / А.В. Шаркова, Л.Г. Ахметшина. - М. : Дашков и К, 2016. - 120 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

